

消費者志向経営
フォローアップ報告書
(2021年5月21日～2022年5月20日)

2022年7月
アスクル株式会社

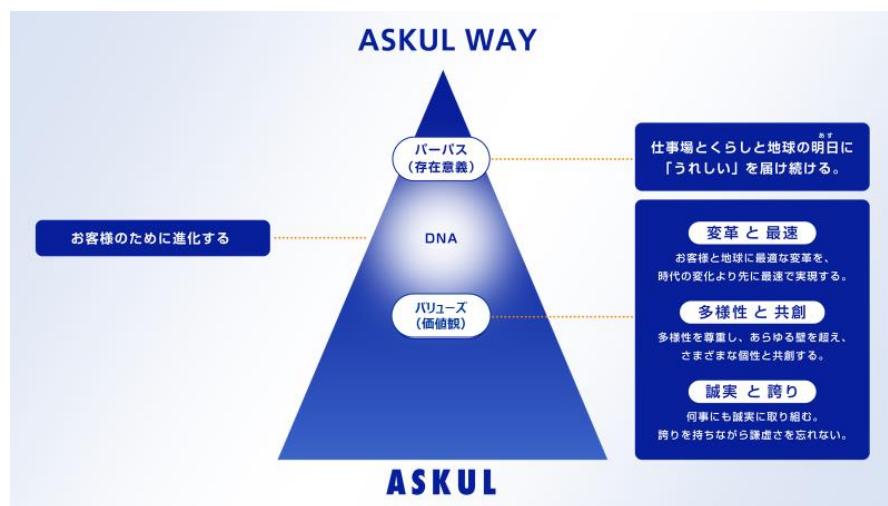
[理念] アスクルのパーザス（存在意義）『仕事場とくらしと地球の明日(あす)に「うれしい」を届け続ける。』の実現に向け、すべてのお客様に期待を超える「うれしい」を提供し、お客様価値の最大化を目指し続けます。

1. 経営トップのコミットメント	ASKUL WAY実現に向けた全社員への継続的活動	3
	アスクルのマテリアリティ（重要課題）	4
2. コーポレートガバナンスの確保	リスク・コンプライアンス委員会	5
	コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方とコンプライアンス教育	6
	情報セキュリティへの取り組み	7
3. 従業員の積極的活動	タイムリーな「お客様の声」の発信とスピーディーなサービス改善	8
	お客様の声を全社員が閲覧できる「VOCポータル」	9
	「ASKUL CS Week」の取り組み	10
4. 消費者対応部門等と他部門との有機的連携	「品質KPI」と「お客様の声」の定量的モニタリング	11
	「品質マネジメント委員会」による品質改善の促進	12
	「お客様満足向上委員会」による改善活動	13
	顧客満足マネジメントシステム/ISO10002自己適合宣言	14
	イメージ違いによる返品廃棄される商品を知る	15
	お客様への商品品質に関する調査報告書の適切な管理	16
5. 消費者への情報提供の充実・双向性の情報交換	AIによるお客様とのコミュニケーション	17
	「プロフェッショナルアドバイザー」の取り組み	18
	エージェント向けオンライン研修会の実施	19
6. 消費者・社会の要望を踏まえた商品・サービスの改善・開発	アスクルオリジナル商品の環境対応	20
	LOHACOにおける生活者の視点を第一に考えたCB商品の開発	21
	返品センターなどを活用した、非廃棄出庫率の向上	22
	「使用済みプラスチックのリサイクルバリューチェーン」実証事業	23
	ECO-TURN配送、置き場所指定配送、とりまとめ配送、電気自動車の利用	24

ASKUL WAY実現に向けた全社員への継続的活動

[取り組み方針]

- ・私たちのDNA「お客様のために進化する」に基づき、お客様の声を最も価値あるものとして真摯に受け止め 全社でお客様起点のサービス実現に取り組み続けます
- ・私たちのパーサス（存在意義）を実現するためのバリューズ（価値観）「変革と最速、多様性と共に創、誠実と誇り」を社員に浸透させ、社員一人一人がお客様価値を最大化するために自ら行動を起こせる組織づくりと人材育成を進めます
- ・私たちが社会に対して担っている責務を自覚し、これを全うするためのガバナンス体制の構築、透明性の高い情報提供、責任ある調達の実現、ライフラインとして信頼されるサービスを実現します



アスクルのパーサス・ASKUL WAY

『仕事場とくらしと地球の明日に「うれしい」を届け続ける。』

私たちのパーサスには、「明日届ける」アスクルから、社会課題にも向き合い「地球の明日をよくする」アスクルへ、進化していく、という想いが込められています。

コロナ禍でテレワークの中、ASKUL WAY実現に向けた全社員への継続的活動を実施

まずは社員が安全で健康に働き続けられるよう、アスクルではテレワークを積極的に推進してきました。そんな中、CEOから社員に向けたメッセージを動画配信し（隔週で年22回）毎回平均402名の社員が視聴しました。

また、新入社員向けにはASKUL WAY研修を実施するとともに、CEOと社員との直接的なコミュニケーションの場として、CEOタウンホールミーティングを開催し（年25回）、既に153名の社員がCEOと直接対話の機会を持ちました。

アスクルのマテリアリティ（重要課題）



マテリアリティ（重要課題）とは

アスクルでは重点的に取り組むべき「マテリアリティ(重要課題)」を設けています。13の項目のうち、3項目については企業活動の前提条件として「基盤」と位置付け、整理するとともに、10項目については、各項目の取り組み内容、相互の関連性と今後の推進体制等を踏まえ、5つのテーマに集約・整理しています。

目標・KPI・活動実績等について

マテリアリティ（重要課題）は詳細な目標を立てて実行しています。詳しくはコーポレートサイトにてご確認ください。

[マテリアリティ（重要課題） | 基本方針・マテリアリティ |
アスクル - 環境・社会活動報告 \(disclosure.site\)](#)

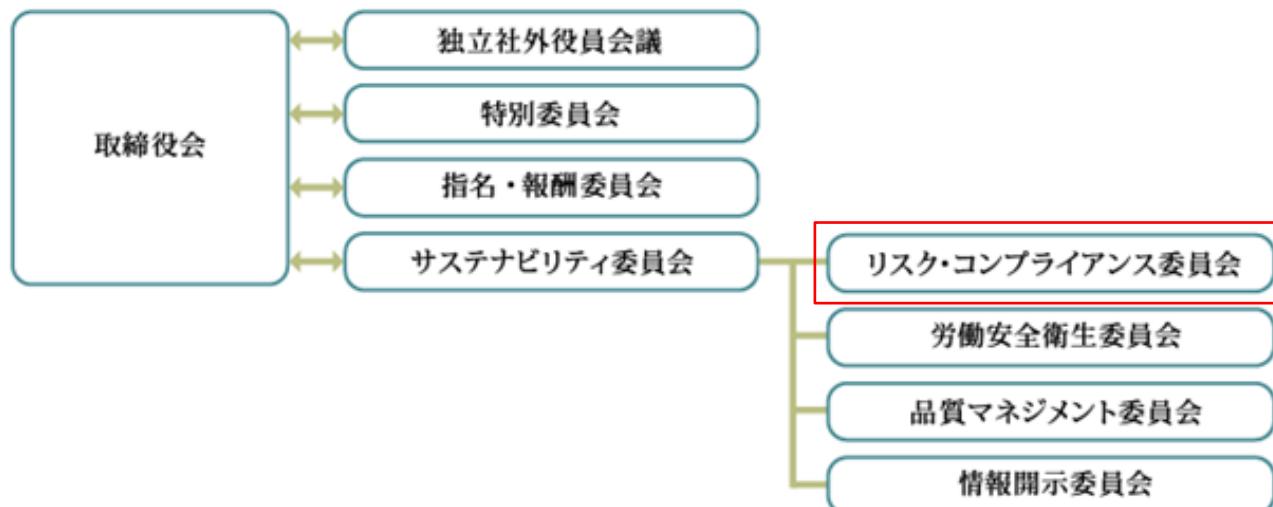
リスク・コンプライアンス委員会

アスクルおよびアスクルグループにおけるリスクを管理するとともに、法令や社内外の規則・規範を遵守し、適正な業務遂行を図ることを目的として、労働安全衛生委員会、品質マネジメント委員会での所管事項以外の事案に関するリスクおよびコンプライアンスの状況についての把握と対策に取り組んでいます。

活動実績等

委員は、代表取締役、取締役副社長、リスク担当取締役（委員長）を含む社内取締役で構成されています。また、アドバイザーとして、社外取締役または監査役（社外監査役を含む）1名以上が選任されております。

第59期（2022年5月期）においては**12回**開催しました。



コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

アスクルは、『仕事場とくらしと地球の明日に「うれしい」を届け続ける。』というパーカス（存在意義）、バリューズ（価値観）、DNAからなる「ASKUL WAY」に基づき、お客様、株主・投資家、パートナー企業、社員、その他、社会の様々なステークホルダーの声に耳を傾けるとともに、社会的意義のある新たな価値を創造し続けることで、様々な社会の課題解決に寄与したいと考えております。

そのために、コンプライアンス経営をさらに徹底し、透明・公正かつ迅速・果斷な意思決定を図ることで、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上に努め、コーポレート・ガバナンスの充実に取り組んでまいります。

コンプライアンスに関する教育

ASKUL WAYにもとづき、一人ひとりが高い倫理観と遵法精神を持ちながら、自らの業務を行う際に遵守すべき行動を再確認する場として、年に1回実施しています。

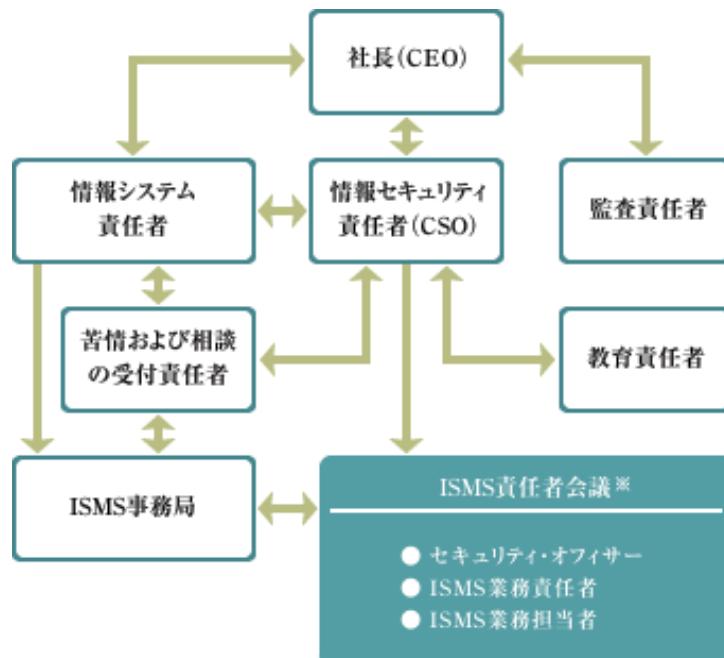
	対象者	頻度
入社オリエンテーション	入社者	入社時
倫理・行動規範 (ASKUL CODE OF CONDUCT)	全社員	年1回
ホットライン（内部通報制度）	全社員	年1回
日本版S O X法と内部統制について	全社員	年1回
インサイダー取引（内部者取引規制）	全社員	年1回
下請法研修	全社員	年1回
知的財産研修	全社員	年1回
情報セキュリティ	全社員	年1回
広告・景品ルール	関係部門	年1回
広告セミナー（社外講師）	関係部門	年1回

2. コーポレートガバナンスの確保



情報セキュリティへの取り組み

アスクルでは、情報セキュリティの確保および個人情報の保護に取り組み、継続的改善を目指し、情報セキュリティマネジメントシステム（ISMS）の推進体制を下記の図のように定めています。情報セキュリティ責任者（CSO）を中心にISMS事務局では、社内に対する情報セキュリティマネジメントシステムおよび個人情報保護の推進を行っており、情報漏洩や個人情報に関する問題が発生した場合には被害を最小限に止めるため、関係部門と連携し、迅速な対応をとる体制を構築しています。



セキュリティ教育・従業員への啓発の実施

アスクルでは、業務委託先等パートナー会社の社員や派遣社員も含めて、社内で働くすべての方を対象として、役割や業務内容に応じたISMS/PMS教育を行っています。また、年に1度e-ラーニングにてセキュリティ教育を実施し、情報セキュリティや個人情報保護についての知識の維持、向上に努めています。また、社員を対象として、定期的にセキュリティに関するニュースレターの配信や標的型攻撃メールを想定した訓練など積極的に取り組んでおります。

活動実績

アスクルでは、皆様に安心してアスクルのサービスをご利用いただけるよう、ISO27001（情報セキュリティ）とJISQ15001（プライバシーマーク）の認証を取得しています。先に述べた情報セキュリティの体制構築や情報セキュリティの教育を継続的に実施した結果、両認証審査で不適合はありませんでした。

3. 従業員の積極的活動



タイムリーな「お客様の声」の発信とスピーディーなサービス改善



お客様の声が中心から波紋のように広がっていくサービスデスク

創業時からのマインドを継承する、お客様の声がフロア中心から波紋のように広がっていくレイアウトのアスクルお客様サービスデスク。万一問題が発生した際にもすぐに中央へ集まることができるようになっています。

活動概要

アスクルお客様サービスデスクには、1日あたり約4,000件のお問い合わせをいただいている。いただいたお客様の声を「ご意見ダイジェスト」「商品リクエスト」に編集し、タイムリーにメール発信、インターネット掲示を行うなど、社員一人ひとりがお客様の声を意識し共有するためにさまざまな取り組みを行っております。

活動実績

2022年5月期は、「ご意見ダイジェスト」「商品リクエスト」「ツイッターダイジェスト」等を約400回発信し、お客様の声を掲載・共有しました。経営層をはじめ全社員が、1件1件の「お客様の声」に真摯に耳を傾け、これらを商品・サービスの改善・進化の機会と捉え、お客様の立場に立った改善活動にスピーディーに取り組みました。

3. 従業員の積極的活動



お客様の声を全社員が閲覧できる「VOCポータル」

アスクルではインターネットに「VOCポータル」という社内サイトを設置し、お客様サービスデスクに寄せられるお客様の声を社内に共有しています。「シンクロハート」という愛称の「VOCポータル」には、お客様からいただいたご意見やご要望が、分野別・課題カテゴリー別などさまざまな切り口で定量的・視覚的に掲載されており、全社員がいつでも閲覧できるデータベースを設けております。

※ VOC : Voice of Customers (お客様の声)

活動実績

2022年5月期では、「VOCポータル」には、「商品」「物流」「返品・品質」「事業」など10の分野・課題カテゴリー別にお客様の声を掲載しました。広く社内に閲覧され様々な商品・サービスの改善・進化に活用されました。



VOCポータル（シンクロハート）の画面

3. 従業員の積極的活動

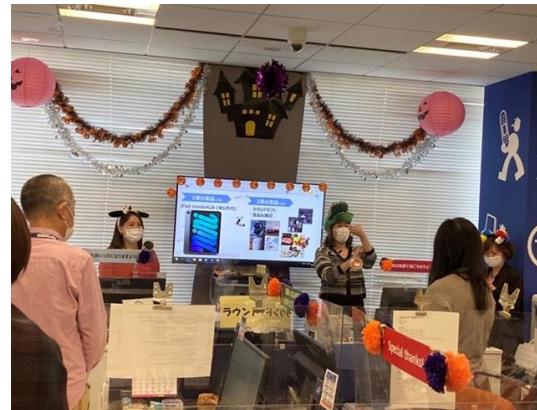


「ASKUL CS Week」の取り組み

アスクルお客様サービスデスクでは、お客様対応に携わる「コンシェルジュサービスコミュニケーター」(CSC) のモチベーション向上などを目的として、毎年「ASKUL CS Week (カスタマー・サービス週間)」を設定し、各種企画を実施しています。楽しいイベントや「永年勤続表彰」などを実施し、こうした取り組みを通じてCSCに対する感謝の意を伝えるとともに、士気向上と目的意識の共有、ひいてはお客様に対する心のこもった応対品質の向上を図っています。

活動実績

2022年5月期では、10月のハロウィンの時期に合わせてCS Week を実施しました。くじ引き大会、景品プレゼント、オフィスにハロウィン装飾など、CSCに楽しんでもらえるイベントを多数実施しました。またその中で、**85名**の永年勤続表彰を行いました。参加したCSCからは「とても楽しい時間だった」「気持ちが上がった」「また来年も楽しみ」など喜びの声が多数上がっており、盛況に終わりました。



4. 消費者対応部門等と他部門との有機的連携

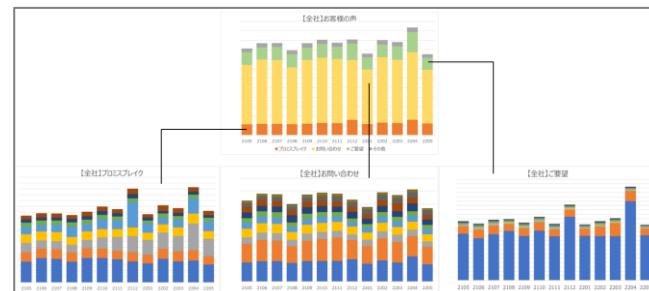


「品質KPI」と「お客様の声」の定量的モニタリング

アスクルお客様サービスデスクは、お客様の声を積極的に経営戦略に反映させ、能動的な取り組みを継続的に実施し経営貢献を果たしていくことをミッションとしています。その一環として、毎月、経営層・各事業部に対して、お客様満足度に直結する「品質KPI」や「お客様の声」の定期報告を実施しています。これらを通じて、お客様の声を生かし、現場でのタイムリーかつ緻密な改善策の実施から、全社横断的な改善活動への展開、経営レベルでの課題解決につなげています。

活動実績

2022年5月期は、お客様の購買行動に沿った「品質KPI」を新たに設定しました。またお客様からお寄せいただいた声を「プロミスブレイク」「お問い合わせ」「ご要望」に分類整理しました。これら2つの品質・顧客満足指標をファイナンスと同じく経営の重要な指標として位置づけ、月次の取締役会や経営会議で定量的にモニタリングを行い経営トップから改善を指示しました。



ASKUL	売場		庫内		配送		問合せ		
	買い物間違い	品切率	商品不良	誤出荷	納期遅延	当日配送履行率	翌日配送履行率	商品破損	応答率
LOHACO	買い物間違い	欠品SKU率	商品不良	誤出荷	納期遅延	日時指定履行率	平均LT日数	商品破損	4時間以内返信率

4. 消費者対応部門等と他部門との有機的連携



「品質マネジメント委員会」による品質改善の促進

アスクルでは、アスクルグループを含むバリューチェーン全般のサービスおよび取扱商品の品質向上、サービスおよび商品の品質管理機能の強化を図ることにより、お客様の信頼および満足度向上させること、ならびに、お客様へ安心・安全な商品をお届けすることを目的に、品質マネジメント委員会を毎月開催しております。

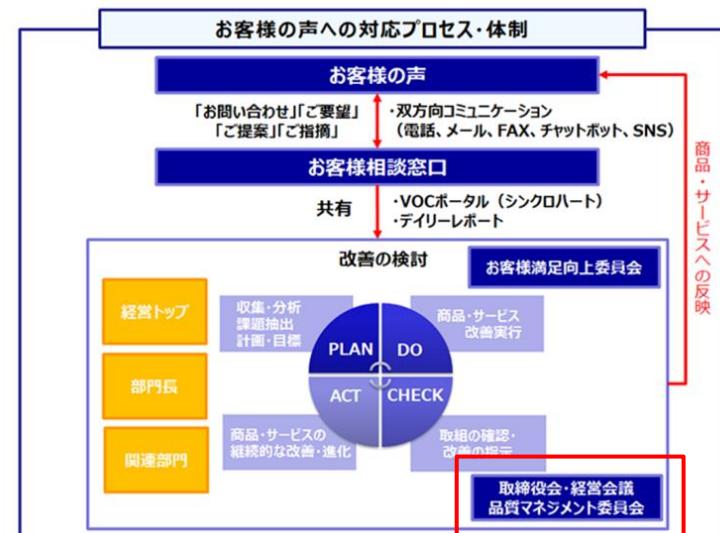
日々寄せられるご指摘やご意見などの「お客様の声」をマンスリーレポートとして社長をはじめ経営層や関係部門長へ報告・共有し、商品・サービスの進化について議論しています。

また各サービス品質に関するKPIを設定し、改善・進化の進捗状況を毎月確認しております。

活動実績

「品質が伴わない企業の永続的な成長はない」という意志のもと、2022年5月期より、従来の品質マネジメント委員会を商品不良中心のテーマから、経営品質全般を見る会議体にリニューアルしました。2022年5月期は9回開催し、21テーマについて議論を行いました。品質マネジメント委員会を通じて、日々起きている事象が見える化できるようになるとともに、品質向上に向けた全社の気運が高まっており、結果、構造的な品質改善が進みました。

● PDCAサイクル



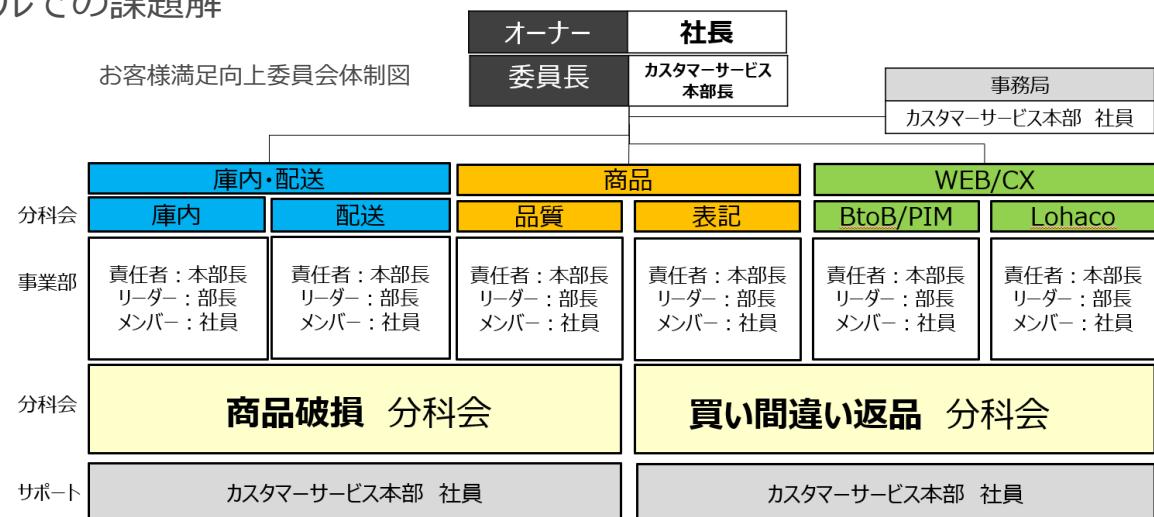
4. 消費者対応部門等と他部門との有機的連携



「お客様満足向上委員会」による改善活動

アスクルでは、CEOをオーナーとする「お客様満足向上委員会」を2014年から運営し、お客様の声を起点とした改善活動を行っています。全社各部門が有機的・機動的な連携を図り、サービス品質の改善を実行しています。課題ごとに設けられた各分科会の活動を通じて、全社横断的な改善活動への展開、経営レベルでの課題解決につなげています。

お客様満足向上委員会体制図



4. 消費者対応部門等と他部門との有機的連携



顧客満足マネジメントシステム/ISO10002自己適合宣言

当社のお客様対応業務プロセスが、顧客満足マネジメントシステムの国際規格「ISO10002」（品質マネジメント—顧客満足一組織における苦情対応のための指針）に適合していることを宣言いたしました。当社は、「お客様対応の基本方針」に掲げております『仕事場とくらしと地球の明日に「うれしい」を届ける。』会社であり続けるように、常にお客様の声に耳を傾け、全社員がお客様の立場に立って自分事として考え進化し続けてまいります。

※ISO10002：ISO（国際標準化機構）が苦情対応のための基本原則や、苦情対応プロセスの手順の指針を示した国際規格です。お客様からお申し出を受けたとき、組織として、どのような姿勢で、どのように対応していくのかを示したものです。



自己適合宣言の目的

- ・「ISO10002」の規格要求事項を遵守したお客様対応を今後も継続的に実施し、お客様の立場に立って自分事として考え、迅速、誠実、公平、真摯に対応します。
- ・アスクルのDNA「お客様のために進化する」に基づき、常にお客様の声に耳を傾け、商品、サービスの継続的な改善と進化に取り組みます。

活動実績

2022年5月期は、自己適合宣言に向けて、お客様対応の関連文書や規程を作成・整備し、マネジメントシステムの構築および運用を行いました。その結果、公益社団法人消費者関連専門家会議(ACAP)より当社の顧客満足マネジメントシステムがISO10002の規格に適合しているという評価（適合性の評価）を得、2022年3月22日に自己適合宣言いたしました。お客様からのお申し出について適切な回答や情報の提供ができる体制が更に強化されたとともに、いただいたお申し出を商品・サービスの改善・進化につなげる風土が更に醸成されました。

イメージ違いによって返品廃棄される商品を知る

アスクルでは社員教育のひとつとして、入社時にアスクル返品センターにおいて返品された商品についての研修を実施しています。商品の返品はお客様の本意ではありません。また返品された商品の多くが廃棄処分となっており、環境負荷やコスト面でのロスを発生させています。返品された商品が廃棄される場面や直接現場で返品された商品を前に研修実施を行うことにより、商品的には何も問題はないが廃棄せざるを得ない商品を知ってもらいこれら価値ある商品を救うためにも、返品削減・廃棄削減の必要性を社員に知ってもらい、あわせて返品された商品だけではなく自部門でもできる環境への取組を行っています。

活動実績

商品が返品される理由を考えその改善としてどのようにしたらよいか。実際に返品された商品のほとんどがつかえる商品であることを知り、しかもその商品が廃棄されている現状を知つてもらいました。このように使用に問題のない商品（資産）をマテリアルとしての環境への還元ではなく価値ある状態での利用を考える研修を実施し、その内容を自部門においてのサステナブルな活動へつなげています。



コロナ渦の中受講生数が伸び悩んでいましたが、**全社員の5割を超えた人**に研修を受けてもらっています

4. 消費者対応部門等と他部門との有機的連携



お客様への商品品質に関する調査報告書の適切な管理

アスクル品質マネジメント部門では商品不良に起因するお客様からの返品について対応をしています。そのうち、約1%が調査報告書を求めておられます。調査報告書については内容を精査し、お客様に信頼して頂けるように努めています。サプライヤ様も私たちも作成には多大なエネルギーが必要ですが、再度、商品やサービスを利用して頂けるチャンスとも捉えております。

オリジナル商品の調査報告書

This image shows a scanned copy of an original product inquiry report from Askul. The form is titled '調査報告書' (Investigation Report) and includes fields for customer information, product details, and inquiry content. A large section of the form contains Japanese text describing a quality issue with a Super Eco Series product.

2022年6月27日
アスクル株式会社
品質マネジメント統括部

【お申し出の内容】

商品名	スーパーイエローA4-1箱(500枚入×10冊)
お申し出の内容	10冊中3冊、両端の角が曲がっているのが混在。(黒色みがかった白い段ボール)理由不明
郵便番号	230-2121 01-16-17
受付番号	C873861

【備考】 黒色みがかった角が混入しているとのご指摘と共に商品を追跡頂きました。現品の確認

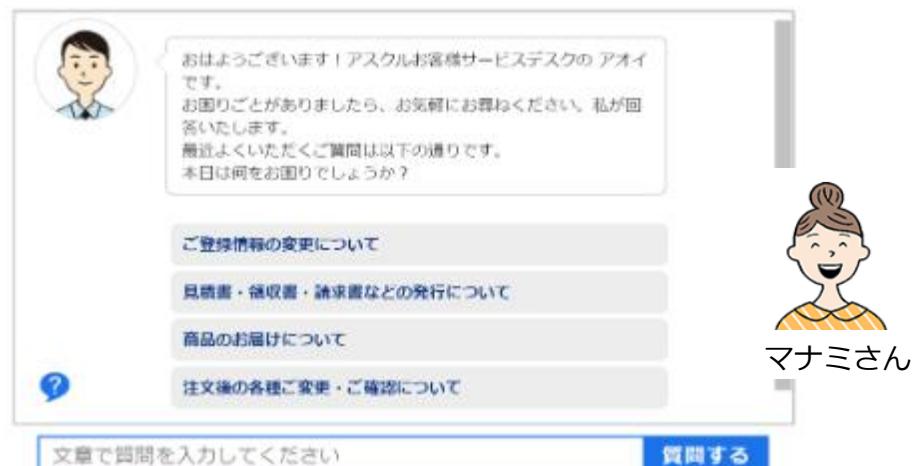
AI(「アオイくん」と「マナミさん」)によるお客様とのコミュニケーション

LOHACOでは、2014年9月より、チャット形式でお客様のお問い合わせに回答する人工知能(AI)型チャットボット「マナミさん」をサイト内に導入し、応対の効率化および省人化を実現すると同時に、スピーディーな対応で、お客様の満足度向上を図っています。また、アスクルWebサイトでは2016年9月より、チャットボット「アオイくん」を導入。日々の職場でのお困りごと解決のお手伝いに努めております。アスクルはお客様の仕事の手間の削減と効率化への貢献を目指し、お客様の声に応じた機能進化を進め、すべてのお客様に“便利”を提供しています。

活動実績

2022年5月期の「マナミさん」の対応件数は前年比26%UP、「アオイくん」の対応件数は前年比10%UPしました。また、お客様からご注文をいただいた際にアオイくんが発する「いつもお仕事おつかれさまです」のメッセージについて、お客様からは「癒された」「元気が出た」といった好評のお声を多数いただいております。今後もお客様にたくさんの“便利”と“元気”をお届けできるよう、2人はさらに日々成長し続けています。

アオイくん



おはようございます！アスクルお客様サービスデスクのアオイです。
お困りごとがありましたら、お気軽にお尋ねください。私が回答いたします。
最近よくいただくご質問は以下の通りです。
本日は何をお困りでしょうか？

ご登録情報の変更について
見積書・領収書・請求書などの発行について
商品のお届けについて
注文後の各種ご変更・ご確認について

文章で質問を入力してください 質問する

マナミさん

5. 消費者への情報提供の充実・双方向の情報交換



「プロフェッショナルアドバイザー」（商品にまつわるお困りごとを解決する各専門分野の「コンシェルジュ」）の取り組み

アスクルでは、各商品分野に関する専用のお問い合わせ窓口を設けており、お客様からの多岐にわたる専門的なお問い合わせにお答えしています。各商品分野の「プロフェッショナルアドバイザー」たちは、専門的な商品知識の修得にたゆまず励むとともに、商品情報の一元管理とナレッジツールやAIの活用など、様々なテクノロジーツールも活用しながら、お客様のご不便の解消と満足度の向上に努めています。

活動實績

「プロフェッショナルアドバイザー」は、商品にまつわるお困りごとを解決する各専門分野の「コンシェルジュ」として、毎日お客様からのお問い合わせにお答えしています。2022年5月期では、商品のお探し、商品仕様の確認といったお客様のお困りごと・お悩み・ご要望を対応いたしました。よりお客様に満足いただくための提案ができるよう「商品知識資料の共有」と「商品知識テストの実施」など研鑽の場を毎月設けました。また「お客様への寄り添いのマインド研修」を在籍1年以上のメンバーに実施し、さらなる育成、応対品質の向上に努めました。

やさしさ・寄り添いとは



クレーム（ご意見）の対応ポイント★

応対の流れ

- お客様の心情を理解してクレーム（ご意見）をよく聞く（聴く）行動をする
- 何が問題になっているか（事実を確認する）
- 問題の解決策や代替案などの「解決策を提示する」
- 「感謝」（感謝の言葉を述べる）と「お詫び」（お詫びをする）



1. 本スピクリティ
相手に喜んでいたことに好感度として考える。
「お客様に喜んでいるところ嬉しい。」そのような気持で電話対応をしましょう。

2. 誠実対応
真面目にそのお客様に向かう会話を、そうすることで自然と声の表情も変わります。

3. お客様の立たつべき立場・状況を察して汲み取る
「この方はお年寄りの方だとお分かりされている」。
感想として「お年寄りの方だとお分かりされています」とお聞きはどのよう問題を抱えていて、何を解決したいと思っているのかを尋ねる必要があります。
お年寄りを思ってお困りで解決している姿勢ですることや、
共感の言葉を伝えることが大切です。

4. 簡潔・簡単・明瞭
お客様の質問を聞いていてお問い合わせをされています。
できるだけ丁寧な言葉で説明できるのがけめょう。
わかりやすいことが重要です。

5. 提案力
対応しないことも、手に用代え提案すれば喜んでいただけます。
「申し訳ございませんが、アスリムをお取扱いがございません。」
別ルートで「用賃金が同じ場合はどちらがいいですか？」など
各種価格が複数ある時に回して価値を含みます。

6. 感情・お詫び
「この件は、不便をおかけしました。重ねてお詫びいたします。
また、日本で貴重な意見をうりとさせていただきました。」

■対応時間について
折り返しの返信等などをまとめて1回会議
「ただうり（ハセ）」の「ただう」（後回）以上で連絡は済むる（くわへない）。

※時刻の感覚は個人差があるので、できれば具体的な時間、日にちの目安をお伝えください。

困難な状況の際は直ちに管理責任者へアカセをしましょう！ 14

5. 消費者への情報提供の充実・双方向の情報交換



エージェント向けオンライン研修会の実施

エージェントとは、アスクルのBtoB事業における担当販売店であり、お客様との直接的な接点となります。エージェントの知見や経験を向上させ、アスクル本部が目指す方向を情報共有することで、お客様へのサービスレベル、情報提供の質の向上をはかり、お客様の満足度向上を高いレベルで目指しております。なお、現在はeラーニングシステムを有効に活用した研修、動画コンテンツの企画・配信を行い、お客様との接点を担うエージェントの総合的な提案力・解決力の向上に取り組んでおります。

eラーニング研修講座

期間：2021年5月21日～2022年5月20日

提供講座数：24講座

受講エージェント数：415社

受講者数：1,044名

受講回数：7,058回



動画配信

期間：2021年10月15日～2022年2月28日

タイトル：「アスクルの成長戦略 新たな成長ステージに向けて」

視聴エージェント数：354社

視聴者数：670名



アスクルオリジナル商品の環境対応



アスクル
コピー用紙
マルチペーパー[®]
スーパーイコノミー+



アスクル
オリジナルティッシュ
モカ



アスクル
つながる天然水
ミネラルウォーター

アスクルオリジナル商品とは

アスクルのオリジナル商品は、お客様の声から生まれます。お客様のお困りごとや本当に必要とされる機能やデザインは何か？お客様に直接おうかがいすることもあれば、データを分析して商品開発につなげます。価格、品質、環境配慮、デザインなど、お客様にトータルでご満足いただけることを目指しています。

環境対応

オリジナル商品の環境基準策定、CO2排出量の調査を行い、現状の見える化を進めています。オリジナル商品の環境基準においては「容器包装」「商品本体」「仕組み」といった視点で、原材料や設計といった項目を設け、商品開発時にできる限り環境に配慮するように取り組んでいます。

商品紹介

2022年2月発売の「つながる天然水」はラベルレスが業界のトレンドでありながら、あえてラベル付きで発売した商品です。「ラベルレスではお客様に出しにくい。」という接客業のお客様の声を受け、開発。ラベルは75%植物由来の原料で、ペットボトルは100%リサイクル素材を使用。おもてなしの安心感と環境配慮を両立しました。

LOHACOにおける生活者の視点を第一に考えたCB商品の開発



LOHACO先行販売
吸水パンティライナー
ポイズ サラサラ素肌



LOHACO先行販売
吸水サニタリーショーツ

CB商品とは

CB商品（コンシューマーブランド商品）とは生活者の視点を第一に考えた商品のこととを指すアスクルの造語です。暮らしの変化に適したお悩み・課題解決、サステナブル、デザインを軸に各メーカーと協同で商品開発を行っています。中でも店頭では目立つ事が重視されがちなデザインは、毎日の生活になじむようにデザインし支持を得ています。

販売した商品

CB商品はオンラインイベント「くらしによりそうLOHACO展」に多数出展されます。2022年5月開催時は、16社のメーカーとともにコラボレーションした24のCB商品が出展されました。暮らしになじむデザインであることはもちろん、メーカーとの共創で生まれた課題解決力を持ち合わせた商品が集まりました。

商品紹介

女性特有の悩みに寄り添うフェムケア商品のご提案もしています。毎月の7日間を「憂鬱な日」から「快適」に過ごしてもらいたいと思いから開発された「吸水サニタリーショーツ」。細部の仕様にこだわり、お腹もお尻もすっぽり包む、安心立体設計。吸水性の高い抗菌性超吸水シートを採用し、肌にも優しい速乾性のある綿混素材を使用。

アスクル返品センターなどを活用して非廃棄出庫率を向上



返品センターでの検品作業の様子



返品センターのエントランス

返品された商品の良品化

お客様から返品された商品がアスクル返品センターに集められ、外装に少しの汚れや凹みがあるだけで品物自体は良品な商品は各サプライヤー様と協力し良品化を行ったり、良品化できない商品、在庫保管中に外装箱の汚れや凹みを発生させてしまった商品、食品口臭問題の対策として賞味期限が短くなった商品を「訳あり品」として特別価格でご提供することで商品廃棄の削減を行っています。

非廃棄出庫率の説明

非廃棄出庫率(%) = 非廃棄出庫額 ÷ (非廃棄出庫額 + 廃棄出庫額) × 100

[非廃棄出庫額]

下記 2 つの合計値

①返品センターからの倉庫間移動出庫金額 + 仕入返品金額 + 消耗品出庫金額

②LOHACO 訳ありの投入金額

[廃棄出庫額]

下記 2 つの合計値

①返品センターの廃棄出庫金額

②LOHACO 訳ありの廃棄出庫金額

非廃棄出庫率の推移



直近 3 年 57期(2020年5月期) : 67.2%

58期(2021年5月期) : 66.9%

59期(2022年5月期) : **68.2%**

6. 消費者・社会の要望を踏まえた商品・サービスの改善・開発



「使用済みプラスチックのリサイクルバリューチェーン」実証事業

近年、資源の有効利用やプラスチックごみの削減、海洋生物の保護の観点から、プラスチックのリサイクルの必要性が高まっています。アスクルでは、環境省「令和2年度脱炭素社会を支えるプラスチック等資源循環システム構築実証事業」に基づき、令和2年度～3年度において、単一素材、ほぼ同一形状であるクリアホルダーを回収、再資源化により商品化することを目的とした実証事業を行いました。



実証事業の結果

定量的な実績については以下の通り。

- ①クリアホルダー回収量：目標値40トン（2021年1月～2022年3月）に対し、実績**54トン**
 - ②再資源化率：**99%**
 - ③製品化：回収したクリアホルダーから製造した再生ペレットを原料とした文具用品を2022年末までに販売開始予定

今後の取り組み

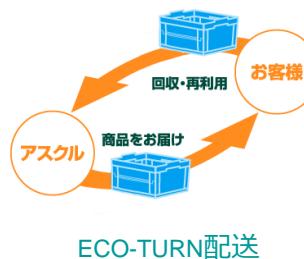
実証事業を通じ、取り組み開始時に想定していた以上に、回収を呼びかけた企業からの賛同の声、および回収した資源から生まれた製品の上市の期待が大きいことがわかりました。また、クリアホルダー自体、単一素材で優良な再生ペレットが生産できることも分かりましたので、事業化に向けて引き続き活動を継続いたします。

アスクルは利便性向上と環境優位性の両面を常にセットで考え、環境負荷の少ない商品の販売・配送サービスをご提供してきました。今もこれからもアスクルはサステナブルなラストワンマイル配送を実現します。

ECO-TURN配達

2009年より『ECO-TURN（エコターン）配達』を開始し、緩衝材やダンボール等の梱包資材の使用量を削減する取り組みを行っています。

商品を再利用可能な折りたたみコンテナでお届けし、それらを回収して再び商品のお届けに使用する仕組みです。今後もできるだけ無駄な梱包資材を使わないお届け方法を推進していきます。



ECO-TURN配達

置き場所指定配達

新型コロナウイルス感染症やテレワーク等の働き方の変化に伴い、非対面・非接触での受取ニーズが拡大したため、2021年より『置き場所指定配達サービス』を開始しました。

今後もお客様のニーズに応えた環境負荷の低い、多様な受取方法や配達サービスを推進していきます。



置き場所指定配達

とりまとめ配達（小口まとめ配達）

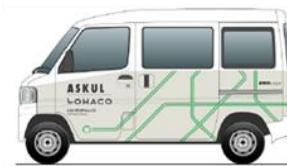
2019年より『とりまとめ配達サービス』を開始し、配送個数を抑え、CO2排出量を削減する取り組みを行っています。ご注文時に『(複数個口で)早いものから順次お届けする』か『時間がかかるてもまとめてお届けする』が選択できる仕組みとなっており、2021年には**延べ31万回**と多くのお客様にご利用いただきました。



電気自動車の利用

アスクルでは2016年から環境に配慮したCO2排出量ゼロの電気自動車の導入を進めており、2022年5月時点で**合計21台**のEV車を導入しています。

2030年までに物流センターからお客様にお届けするラストワンマイルの車両（グループ会社所有またはリース）を100%EV化することをゴールにしています。



電気自動車（EV）の導入